

# 2020-2026年中国景区景点 旅游市场深度分析与市场供需预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

# 一、报告报价

《2020-2026年中国景区景点旅游市场深度分析与市场供需预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202006/167530.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、说明、目录、图表目录

中企顾问网发布的《2020-2026年中国景区景点旅游市场深度分析与市场供需预测报告》共十四章。首先介绍了景区景点旅游相关概念及发展环境，接着分析了中国景区景点旅游规模及消费需求，然后对中国景区景点旅游市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国景区景点旅游面临的机遇及发展前景。您若想对中国景区景点旅游有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一部分 行业运行环境与形势分析

第一章 2016-2019年中国旅游消费市场透析

第一节 2016-2019年中国宏观经济及居民消费现状

一、国民经济增长

二、中国居民消费价格指数

三、工业生产运行情况

四、房地产业投资情况

五、中国制造业采购经理指数

第二节 2016-2019年中国旅游市场需求的变化

一、旅游消费群体变化

二、旅游消费功能变化

三、旅游消费结构变化

第三节 2016-2019年中国旅游消费情况分析

一、旅游消费处于爆发性增长前夜

二、国内在线旅游消费群趋于稳定

第四节 旅游市场繁荣为景区业发展提供了前提

一、中国旅游业处于加速上升阶段

二、观光游为主导的旅游消费市场成就了景区业高人气

三、景区资源是旅游产业的最核心要素

## 第二章 2016-2019年中国景区旅游业运行新形势透析

### 第一节 2016-2019年中国景区资源现状综述

- 一、中国景区资源规模
- 二、中国的世界遗产
- 三、中国5A级旅游景区分析

### 第二节 2016-2019年中国旅游景区细分领域分析

- 一、自然类的旅游景区
- 二、人文类的旅游景区
- 三、主题公园类
- 四、社会类的旅游景区

### 第三节 2016-2019年中国景区经营模式分析

- 一、政府配置模式
- 二、市场配置模式
- 三、景政合一模式
- 四、国家公园模式

## 第二部分 行业发展现状分析

### 第三章 2016-2019年中国景区景点旅游业市场剖析

#### 第一节 2016-2019年中国旅游景区景点市场化新时展

- 一、四层次竞争
- 二、四个适应性
- 三、国际化发展

#### 第二节 2016-2019年中国景区价格分析

- 一、我国旅游景区景点的门票价格发展的历程
- 二、中国旅游景区景点门票价格管理现状
- 三、中国旅游景区景点门票价格发展现状
- 四、五大原因造成我国景区门票持续涨价
- 五、景区价格上涨的合理性分析
- 六、发改委应对旅游景区景点门票涨价

#### 第三节 2016-2019年中国旅游景区的竞争力分析

- 一、中国旅游市场格局的变化

二、旅游景区产销结构的变化

三、景区三力竞争理论

四、从产品力、销售力和形象力构建景区竞争力

第四节 2016-2019年中国旅游景区产业结构存在的问题探讨

第四章 2016-2019年中国旅游景区周边产业运行新格局透析

第一节 旅游交通业

一、中国交通运输完成情况概述

二、交通运输是经济发展的前提

三、旅游交通的主要方式

四、中国旅游交通运输网的空间分布特征

五、区域交通网络对旅游业的影响与发展策略

六、区域旅游交通的需求预测

七、我国旅游交通存在的问题

第二节 旅游餐饮业

一、中国餐饮业的发展特点

二、中国餐饮业销售额增长逾千倍

三、住宿餐饮零售状况

四、餐饮连锁瓜分旅游市场的营销创新手段分析

五、中国餐饮业的发展走向

第三节 旅游住宿业

一、旅游住宿业发展

二、中国星级饭店数据回顾

三、特许业新规实施带动酒店业连锁洗牌

四、重点旅游城市酒店业运行动态分析

五、酒店业是旅游产业中系统组合与资源配置的基础力量

六、旅游业增长促进酒店业收入大幅提升

七、中国未来旅游住宿业的发展

第三部分 行业细分领域发展分析

第五章 2016-2019年中国旅游景区、景点细分领域透析 - 红色旅游

第一节 红色旅游相关概述

- 一、红色旅游资源的特点
- 二、红色浪潮的掀起
- 三、红色旅游的社会价值分析
- 四、红色旅游主题

## 第二节 2016-2019年中国红色旅游运行总况

- 一、中国涌现红色旅游潮
- 二、中国红色旅游保持健康发展
- 三、全国红色旅游工作已全面展开
- 四、中国三十条红色旅游精品线透析
- 五、红色旅游发展进入大提速阶段

## 第三节 2016-2019年中国红色旅游成绩分析

- 一、红色旅游继续保持快速健康发展
- 二、红色旅游的教育功能更加突出
- 三、红色旅游促进了革命老区经济社会发展
- 四、红色旅游区域合作与融合发展成为新趋势

## 第四节 加快红色旅游发展的建议

# 第六章 2016-2019年中国旅游景区、景点细分领域透析 - 西藏旅游

## 第一节 西藏旅游优势分析

- 一、自然生态环境比较优势
- 二、宗教人文环境比较优势
- 三、产业政策环境比较优势
- 四、旅游资源比较优势
- 五、旅游产业比较优势

## 第二节 西藏旅游特性深度分析

- 一、西藏旅游市场规模
- 二、西藏交通成本分析
- 三、西藏旅游客源格局分析
- 四、西藏旅游交通方式
- 五、西藏客源群体层次分析

## 第三节 2016-2019年西藏旅游深度剖析分析

- 一、西藏旅游各项指标皆创历史新高

- 二、西藏旅游业的亮点
- 三、青藏铁路与西藏旅游发展
- 四、西藏旅游业受3·14事件的影响

## 第七章 2016-2019年中国旅游景区、景点细分领域透析 - 农业旅游

### 第一节 农业旅游概述

- 一、农业旅游范围界定
- 二、农业旅游的特点
- 三、农业旅游的发展模式
- 四、发展农业旅游的意义

### 第二节 2016-2019年中国农业旅游产业运行总况

- 一、农业旅游是中国旅游业的新亮点
- 二、尚处于发展的初期阶段
- 三、西部地区发展农业旅游分析
- 四、国内农业旅游市场需求旺盛
- 五、高科技农业生态旅游的潜力巨大
- 六、我国农业旅游产品开发的资源类型多且开发成本较低
- 七、我国农业旅游发展中热点问题探讨

### 第三节 2016-2019年中国农业旅游在促进发展中的作用

- 一、有效促进了农业产业链的延伸和新的产业面的形成
- 二、增加了农民的收入，加快了农民致富的步伐
- 三、丰富了我国旅游产品的类型和内涵
- 四、解决了农村剩余劳动力的就业问题
- 五、促进了农村环境面貌的变化
- 六、进一步挖掘和保护了当地文化
- 七、有效缓解了黄金周各传统旅游景点的压力

### 第四节 2020-2026年我国开发农业旅游项目前景广阔

- 一、开发农业旅游前景广阔
- 二、开发农业旅游意义深远

## 第八章 2016-2019年中国旅游景区、景点细分领域透析 - 工业旅游

### 第一节 2016-2019年中国工业旅游产业发展综述

一、中国工业旅游开拓旅游新概念

二、中国工业旅游的特点与开发模式

第二节 2016-2019年中国工业旅游产业运行动态分析

一、在中国工业旅游成为新时尚

二、长三角区域工业旅游火热

第三节 2016-2019年中国工业旅游的思考

一、活动流程编排

二、精心做好路线规划安排

三、安全问题

四、要处理好宣传企业和创效的关系

第四节 2016-2019年中国工业游关键节点突破

一、店面客户征集

二、车辆参观途中

三、工厂参观目的地

四、会场签单环节

五、回城游客回访

第五节 我国工业旅游典型案例分析

一、海尔集团工业旅游

二、青岛啤酒工业旅游

三、山东青岛港工业旅游

四、苏州工业园区试水工业旅游新模式

五、汇源果汁集团开展工业旅游

六、吉林中国第一汽车集团公司工业旅游

七、我国首家电影工业旅游园在长春诞生

第六节 对中国发展工业旅游的几点建议

第九章 2016-2019年中国旅游景区、景点细分领域透析 - 特种旅游

第一节 特种旅游相关概述

一、特种旅游的特征

二、特种旅游的类型

三、特种旅游的功能

四、我国发展特种旅游的优势



## 第二节 2016-2019年中国特种旅游运行总况

一、中国特种旅游所处发展阶段

二、中国十大特种旅游胜地概述

三、中国特种旅游业的思考

## 第三节 2016-2019年中国特种旅游的开发

一、线路的设计

二、行程的控制

三、规范化管理

四、协调机制

五、队伍的专业化

## 第四节 2020-2026年中国开发特种旅游市场发展战略分析

一、根据市场需求，设计新、特、险、奇旅游产品

二、寻求政策支持，加强联合促销

三、培养专业化人才队伍，提高接待能力

四、精心准备，力争特种旅游零风险

## 第五节 我国发展特种旅游的意义

一、丰富了旅游产品的种类

二、产生了积极的宣传作用

三、带来了相当的经济与社会效益

四、引导了旅游产品开发

五、促进了国家间的政治、文化、经济交往

## 第四部分 行业营销策略与发展趋势分析

### 第十章 2016-2019年中国旅游景区、景点营销策略解析

#### 第一节 2016-2019年中国旅游景区、景点营销策略制定依据

一、景区旅游资源的特色与品位

二、景区客源市场的范围

三、旅游产品的特殊性

#### 第二节 2016-2019年中国旅游景区、景点景区营销策略

一、景区产品科学定位

二、景区产品组合

三、景区如何选择市场

四、同区域的联合营销

五、景区的深度开发

六、营销信息的收集与管理

第三节 2016-2019年中国旅游景区、景点旅游景区品牌传播分析

一、品牌传播的意义

二、品牌传播的主体：多元社会力量参与

三、品牌传播的内容

四、品牌传播的方式

五、品牌传播的媒介

第十一章 2016-2019年中国旅游景区典型企业盈利状况分析

第一节 桂林旅游股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 峨眉山旅游股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 黄山旅游发展股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 第四节 丽江玉龙旅游股份有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、企业主要经济指标分析

##### 三、企业盈利能力分析

##### 四、企业偿债能力分析

##### 五、企业运营能力分析

##### 六、企业成长能力分析

#### 第五节 深圳华侨城控股股份有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、企业主要经济指标分析

##### 三、企业盈利能力分析

##### 四、企业偿债能力分析

##### 五、企业运营能力分析

##### 六、企业成长能力分析

#### 第六节 昆明世博园股份有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、企业主要经济指标分析

##### 三、企业盈利能力分析

##### 四、企业偿债能力分析

##### 五、企业运营能力分析

##### 六、企业成长能力分析

#### 第七节 西藏旅游股份有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、企业主要经济指标分析

##### 三、企业盈利能力分析

##### 四、企业偿债能力分析

##### 五、企业运营能力分析

##### 六、企业成长能力分析

## 第十二章 2020-2026年中国旅游景区前景预测与趋势预测

### 第一节 2020-2026年中国旅游消费市场前景分析

#### 一、人民币持续升值对旅游业的影响

- 二、居民收入水平不断提高
- 三、居民消费观念的转变
- 四、旅游消费层次将不断提高
- 五、旅游消费品数量将会增多
- 六、旅游消费市场将更加规范

## 第二节 2020-2026年中国旅游景区发展趋势分析

- 一、旅游景区市场发展趋势
- 二、旅游景区产品发展趋势
- 三、旅游景区人力资源发展趋势
- 四、旅游景区运营发展趋势

## 第三节 未来中国旅游景区市场预测分析

- 一、中国个人旅游消费将快速增长
- 二、2022年前旅游业收入年均增率分析

## 第五部分 行业投资策略研究

### 第十三章 2016-2019年中国旅游景区投资盈利分析

#### 第一节 2016-2019年中国旅游收入模式简析

- 一、旅游景区收入规模分析
- 二、景区收入结构
- 三、影响旅游收入的主要因素

#### 第二节 2016-2019年中国景区盈利模式选择

- 一、景区产业价值链
- 二、拓宽景区产业价值链
- 三、延伸景区产业价值链

#### 第三节 2016-2019年中国景区收益链分析

- 一、基础性收益节点
- 二、支持性收益节点
- 三、延伸性收益节点

### 第十四章 2020-2026年中国旅游景区投资战略研究报告

#### 第一节 2016-2019年中国旅游业投资特性分析

- 一、我国旅游业发展进入快速成长期

- 二、旅游产业资源消耗相对较小
- 三、我国的旅游业市场需求旺盛
- 四、旅游业是一个产业关联度很高的行业
- 五、我国旅游市场投资环境大大改善，出现一系列投资机会
- 六、我国旅游市场投资前景看好，投资回报较快

## 第二节 2016-2019年中国旅游景区投资特性分析

- 一、旅游景区产业结构的特点
- 二、旅游景区规模经济特性
- 三、旅游景区的进入退出壁垒

## 第三节 未来旅游投资的需求方向和投资重点

- 一、以中西部为重点，充分挖掘旅游资源的垄断优势
- 二、东部以都市旅游为依托，完善旅游产品结构
- 三、生态环境产品和休闲度假产品成为未来投资的重点领域

## 第四节 2020-2026年中国旅游投资的趋势探析

- 一、继续保持较高的增长速度
- 二、社会资本投资旅游业将较快增长，政府投入增长平稳
- 三、旅游投资产品结构日益合理，对旅游产品深度开发的旅游投资将成热点
- 四、重点区域成为吸引大规模旅游投入的磁场

## 第五节 2020-2026年中国旅游景区投资风险及防范

- 一、金融风险分析
- 二、政策风险分析
- 三、竞争风险分析

## 第六节 汇总分析

- 一、对行业发展形势的总体判断
- 二、发展战略及市场策略分析

## 图表目录：

图表：2019年分季度国内生产总值与增速

图表：2019年GDP度累计增长速度与增速

图表：2008-2019年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2019年国内生产总值初步核算数据

图表：2019年经济指标环比数据表

图表：2016-2019年国内生产总值增速

图表：2019年各地居民价格消费指数

图表：2019年全国居民消费价格涨跌幅

图表：2019年工业品出产价格指数（PPI）

图表：2019年我国消费价格指数CPI与PPI变化对比

图表：中国CPI、PPI指数走势图

图表：2019年工业增加值与增速

图表：2010-2019年我国工业增加值增速统计

图表：2016-2019年规模以上工业增加值增速

图表：2019年房地产开发投资增速（累计同比）

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202006/167530.html>